

Tagungsbeitrag zu:  
Jahrestagung der Deutschen Bodenkundlichen Gesellschaft, 7. – 13. September 2013  
in Rostock - Böden - Lebensgrundlage und Verantwortung  
Beitrag der Kommission VIII „Boden in Bildung und Gesellschaft“ der DBG,  
Berichte der DBG (nicht begutachtete online Publikation)  
<http://www.dbges.de>

## **Boden 2.0 - mit Apps & Social Media neue Wege in der Kommunikation rund um das Thema Boden**

Hans J. Heineke<sup>1</sup> Anja Steininger<sup>1</sup>,  
Klaus Kruse<sup>2</sup>

### **ZUSAMMENFASSUNG**

Die mobile Internetnutzung sowie die Nutzung von Social Media Angeboten ist durch die Ausweitung des mobilen Breitbandnetzes und die Revolutionierung mobiler Endgeräte zu einem Massenphänomen geworden. Insbesondere die mobile Internetnutzung steigt rasant an. Der Boom bei (mobilen) Endgeräten führt dabei auch zu einem hohen Anstieg der täglichen Nutzungsdauer. Online in Deutschland verbringen im Schnitt 169 Minuten täglich im Internet. Smartphone, Tablet und Co. treiben die Online-Nutzung unterwegs weiter an: Sie hat sich 2013 im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt (ARD/ZDF 2013).

Das Thema Boden muss deshalb den Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppen folgen und seine Inhalte Adressanten gerecht aufbereiten. Insbesondere die jüngere Generation wird über die herkömmlichen Kommunikationskanäle oder eine klassische Website nur noch bedingt erreicht. Eine mediengerechte Präsenz auf möglichst vielen (digitalen) Plattformen wird daher immer wichtiger.

Beispiele hierfür sind die Facebook und Twitter Auftritte des Bundesverbandes Boden e.V. und der Boden-Themenseite „Boden.Infos“. Auch das LBEG<sup>1</sup> folgt

<sup>1</sup> Landesamt für Bergbau, Energie und Geologie, Stilleweg 2, 30655 Hannover

<sup>2</sup> Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe, Stilleweg 2, 30655 Hannover

dieser Entwicklung und stellt die Inhalte des NIBIS® Kartenservers mit allen Funktionalitäten, die mobile Endgeräte bieten, in der Web App „NIBIS® Kartenserver touch“ zur Verfügung.

**Schlüsselwörter:** Bodeninformationen, Social Media, Apps, Öffentlichkeitsarbeit, NIBIS® Kartenserver Touch

### **Informationsdefizite zum Thema Boden**

Informationsdefizite stellen eine der wesentlichen Ursachen für ein mangelndes Problembewusstsein zum Bodenschutz dar. Verbesserte Kommunikationswege auf der einen Seite und eine verbesserte Information über das Thema Boden andererseits sollen dem entgegenwirken. Ziel ist die Bewusstseinsbildung, um die Bedeutung des Bodens in der Öffentlichkeit zu stärken.

Die Bedeutung der Böden soll verstärkt in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext der Öffentlichkeit transportiert werden. Deshalb muss die Kommunikation von Themen rund um den Boden verbessert werden. Hierzu müssen die Bodenthemen in allgemein verständliches Wissen aufbereitet und ohne strukturelle Hemmnisse und Hierarchien zugänglich gemacht werden.

Optimale Voraussetzungen hierzu bietet das Internet, als ein etabliertes Kommunikationsmedium und ein Verbreitungsweg, der neben originären Webinhalten auch Inhalte klassischer Medien in unterschiedlicher Form verfügbar macht. Für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit eröffnet hierbei das (interaktive) Web 2.0<sup>3</sup> bzw. Social Media<sup>4</sup> Behörden sowie Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen neue Formen und Möglichkeiten (u.a. Techniken für mobile

<sup>3</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0), abgerufen am 20. Oktober 2013.

<sup>4</sup> <http://www.henningschuerig.de/blog/2010/social-media-statt-web-20/>.

abgerufen am 20. Oktober 2013.

Anwendungen, soziale Netzwerke) z.B. Informationen zum Thema Boden zu transportieren.

### „Always on“ – neue Kommunikationsgewohnheiten im Internet

Seit dem Jahr 2000 hat sich die Anzahl der Internetnutzer in Deutschland verdreifacht. So waren 2012 53,4 Millionen Erwachsene online. Damit ist das Internet längst vom neuen zum etablierten Medium für nahezu alle Altersgruppen und Themen geworden (ARD/ZDF 2013). Dabei ist die Ausweitung des Internetkonsums nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 auf die gestiegene Nutzung mobiler Endgeräte und die zunehmende Bedeutung der Unterwegs-nutzung zurückzuführen. Personen, die mobile Geräte verwenden, sind häufiger und länger im Netz als Personen, die nicht z.B. über Smartphones, Tablets oder E-Book-Reader ins Internet gehen (ARD/ZDF 2013).

Die Attraktivität der Unterwegs-nutzung nimmt in allen Altersgruppen zu, besonders aber in jenen, für die „always on“ (kurz für always online = die ständige Verbindung mit dem Internet.) schon immer sehr attraktiv war: die 14- bis 29-Jährigen. Für zwei von drei jungen Menschen gehört „always on“ zum Alltag. Unter den 30- bis 49-Jährigen ist inzwischen knapp die Hälfte, unter den ab 50-Jährigen jeder Fünfte unterwegs online (ARD/ZDF 2013). Haben die Nutzer einmal die Vorzüge des mobilen Internets erkannt, wird dies rasch in ihren täglichen Medienalltag integriert. Knapp die Hälfte der Unterwegs-nutzer nutzt mobile Anwendungen täglich (21 %). Viele Nutzer sind dabei „always on“, um sich in kurzen Zyklen zu informieren oder auf den stets aktuellen Stand zu bringen (ARD/ZDF 2013). Hier muss sich auch das Thema Boden mit seinen Informationsangeboten einbringen. Beispiele hierfür sind die mySoil App<sup>5</sup> (siehe Abb. 1) des Britischen Geologischen

Dienstes (British Geological Survey - BGS) sowie die Geologie-App von Swiss Map Mobile<sup>6</sup> (siehe Abb. 2).



**Abb. 1:** mySoil App - „Mobile bodenkundliche Applikation des Britischen Geologischen Dienstes (© BGS 2013)

Im Web: <https://www.bgs.ac.uk/mysoil/>



**Abb. 2:** Die Geologie der Schweiz für Unterwegs (© Swisstopo 2013).

Im Web:

[http://www.swisstopo.admin.ch/internet/swisstopo/de/home/products/maps/mobile/mobile\\_iph/iph\\_geo.html](http://www.swisstopo.admin.ch/internet/swisstopo/de/home/products/maps/mobile/mobile_iph/iph_geo.html)

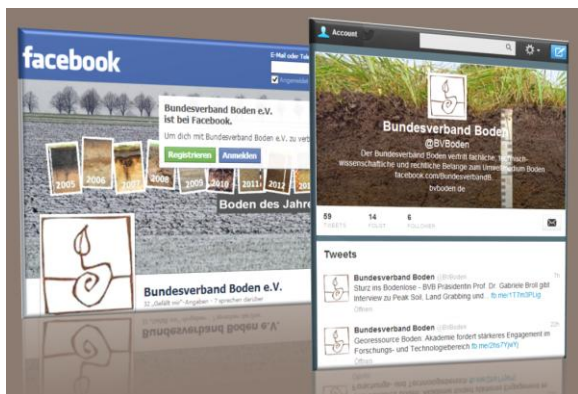
### Social Media-Angebote zum Thema Boden

Eine spezielle Analyse zu den Aktivitäten in sozialen Netzwerken, deren Ergebnisse die ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 vorstellt, zeigt: Fast 25 Millionen Personen bzw. 46 Prozent aller Onliner ab 14 Jahren nutzen 2013 private Communitys im Internet. Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt der Anteil bei 83 Prozent. Aber auch fast die Hälfte der Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren und immerhin 16 Prozent der ab 50-Jährigen gehören 2013 zu den Nutzern

<sup>5</sup> <https://www.bgs.ac.uk/mysoil/>

dieser Netzwerke (ARD/ZDF 2013). Stark zugenommen hat laut der Studie auch die Nutzung von Twitter: Insgesamt 3,89 Millionen Nutzer ab 14 Jahren wurden in Deutschland ermittelt – dies ist ein Zuwachs um 87 Prozent gegenüber 2012.

Informationen und News zum Thema Boden als Social Media Angebote erhält man z.B. bei den Sozialen Netzwerken Facebook und Twitter. Über die Seiten des Bundesverband Boden e. V.<sup>7</sup> und die Themenseite „Boden.Infos“<sup>8</sup> erhalten alle am Thema Boden Interessierten eine Auswahl mit aktuellen Meldungen: Neuigkeiten, Wissenswertes und Veranstaltungen zum Thema Boden und können diese weiter verteilen.



**Abb. 3:** Der Bundesverband Boden e. V. informiert auf Facebook<sup>7</sup> und Twitter<sup>9</sup>.

Wer in Deutschland Nachrichten im Netz mit anderen teilt, tut dies vor allem über Facebook und Twitter. Daher sollte Social Media auch als Chance für die Information über das Thema Boden begriffen werden.

### „Boden 2 go“ – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte

Mobile Endgeräte treiben den Internetkonsum voran. Der Anteil derjenigen, die für den Internetzugang ihr Smartphone nutzen, stieg binnen fünf Jahren deutlich von 4 Prozent (2008) auf 45 Prozent (2013). Apps werden mittlerweile von 44 Prozent der deutschen Onliner auf unterschiedlichen

Endgeräten genutzt (ARD/ZDF 2013). Neben der attraktiven Hardware (Stichwort iPhone und iPad) waren Apps – Softwarelösungen, die den Zugang zum Internet und seinen mannigfaltigen Inhalten stark vereinfachen – der zentrale Motor für den Anstieg der mobilen Nutzung in den letzten Jahren: Apps (Kleine Anwendungsprogramme) liefern schnelle Lösungen für alle nur denkbaren Bedürfnisse. 44 Prozent der deutschen Onlinenutzer verwenden inzwischen solche Apps (2012: 24 % - siehe Tab. 1). Apps gelten daher als Treiber der mobilen Nutzung (ARD/ZDF 2013).

	2011	2012	2013
nutze Apps	17	24	44
nutze keine Apps	83	76	56

Basis: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2013: n=1 389, 2012: n=1 366).  
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2012-2013.

**Tab. 1:** App-Nutzung 2011 bis 2013 in % (nach ARD/ZDF 2013)

Die digitale Welt wird mobiler. Smartphones und Tablet-PCs sind heute Bestandteil im Leben vieler Menschen. Bodenkarten und weitere Themen sind heute schon als mobile WEB APP verfügbar (siehe Abb. 1 und 2). Das LBEG<sup>1</sup> folgt dieser Entwicklung und stellt die Inhalte des NIBIS® Kartenservers mit allen Funktionalitäten, die iPad und iPhone sowie Android-Geräte bieten, in der Web App „NIBIS® Kartenserver touch“ zur Verfügung.



**Abb. 4:** „QR-Code „NIBIS® Kartenserver Touch““ (© LBEG 2013) - QR Code scannen, Thema auswählen, Standort eintippen oder per GPS ermitteln und die Karten mit Gesten bedienen.

Als „bodenkundliches App“ und mobile Anwendung ist der NIBIS® Kartenserver auf Smart-phones bzw. Tablet-PC ver-

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/BundesverbandBoden>

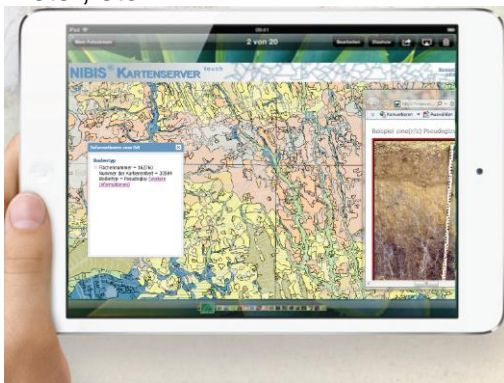
<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/boden.infos>

<sup>9</sup> <https://twitter.com/BVBoden>



füßbar. Die Eingaben erfolgen per Gesteinssteuerung. Das GPS ermittelt zugleich den aktuellen Standort, zu dem eine Fülle von Informationen zu Boden und Geologie angezeigt werden können. Der Aufruf der Web App kann in der heute üblichen Form über das einfache Scannen eines QR Codes erfolgen. Es sind sogar Codes für individualisierte Kartenausschnitte und Themenzusammenstellungen möglich.

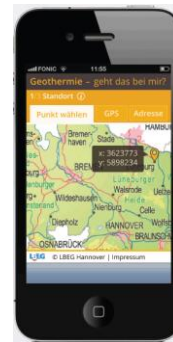
Die Startseite der Web App „NIBIS® Kartenserver touch“ (erreichbar durch Scannen des QR-Codes in Abb. 4) bietet eine Übersicht zu Themen aus dem NIBIS®. Nach der Auswahl eines Themas steht die Karte mit vielen Funktionalitäten zur Verfügung: z.B. können Erläuterungen zum gewählten Standort angezeigt oder Ortssuchen durchgeführt werden oder Optionen zur Kartendarstellung gewählt werden. Die Web App bietet detaillierte Daten zu allen Informationsebenen aus Bodenkunde, Geologie, Hydrogeologie, Rohstoffe, Georisiken/Ingenieurgeologie, Klimaprognosen, Landwirtschaftliche Standortparameter, etc.



**Abb. 5:** „NIBIS® Kartenserver Touch“ (© LBEG 2013).  
Im Web: <http://nibis.lbeg.de/cardomap3>

In einer weiteren Anwendung des LBEG<sup>1</sup> können sich Nutzer mobiler Endgeräte mit Hilfe einer App, die auf den Daten und Methoden des NIBIS® KARTENSERVEN (NIBIS® = Niedersächsisches Bodeninformationssystem) basiert, über die geothermischen Potenziale in ihrer Region, bzw. zu einer Ortsadresse informieren (siehe Abb. 6). Die App beinhaltet neben den üblichen Navigationsfunktionen eine umfangreiche

Erläuterung zum geothermischen Potenzial und zu Ausgestaltung möglicher geothermischen Anlagen. Alle Karten und textlichen Erläuterungen können ausgedruckt werden.



**Abb. 6:** „WEB APP: Geothermie - geht das bei mir?“ (© LBEG 2013) Im Web: <http://nibis.lbeg.de/geothermie>

### Ausblick

Bodeninformationen zu jeder Zeit, an jedem Ort, für Jedermann - d. h. das Thema Boden verfügbar machen, wann und wo es der Nutzer möchte.

So verstandene Informationsvermittlung zum Thema Boden muss daher den Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppen folgen und seine Inhalte Adressanten gerecht aufbereiten. Insbesondere die jüngere Generation wird über die klassischen Kommunikationskanäle oder eine klassische Website nur noch bedingt erreicht. Eine mediengerechte Präsenz auf möglichst vielen (digitalen) Plattformen wird daher immer wichtiger. Die - immer mehr auch mobile - digitale Welt ist heute Bestandteil der Erfahrung vieler Menschen, insbesondere der jüngeren. Daher müssen die vorhandenen Kommunikationswege sowie die genutzten Instrumente weiterentwickelt und ergänzt werden. Dies können z.B. „bodenkundliche Apps“ für Smartphones und Tablet-PCs oder eine Präsenz im Social Web sein. „Der Boden“ sollte daher auch in sozialen Netzwerken präsent sein und der Mobilität der Kommunikation gerecht werden.

### Literatur

ARD/ZDF (2013): ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. Media Perspektiven, MP 7-8/2013, Frankfurt am Main. (siehe auch: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>)